

→ Zusammenfassungen

Horst Röper
Formationen deutscher Medienmultis 2003
 Entwicklungen und Strategien der größten deutschen Medienunternehmen.
 MP 2/2004, S. 54-80

Im Zeichen von Wirtschafts- und Werbemarktkrise setzten die größten deutschen Medienkonzerne im vergangenen Jahr vor allem auf Konsolidierung und Restrukturierung. Wurden noch vor wenigen Jahren große Anstrengungen zur Diversifizierung des Geschäfts unternommen, konzentrierten sich die Konzerne jetzt wieder stärker auf ihre jeweiligen Kerngeschäftsfelder. Zugleich weiten sie vielfach ihre Auslandsaktivitäten aus. Während die Großverlage Gruner+Jahr, Springer, Bauer und Burda beispielsweise 1996 im Ausland durchschnittlich einen Umsatzanteil von 28 Prozent erreichten, liegt dieser Anteil mittlerweile um rund 10 Prozentpunkte höher. Insbesondere in Osteuropa wächst der Umsatz der Großverlage stark.

Im deutschen Zeitungsmarkt vollzieht sich derzeit eine beschleunigte Konzentration, an der insbesondere die großen Verlagsgruppen mit Aufkäufen teilhaben. Spektakulärstes Beispiel ist der vom Kartellamt untersagte Erwerb der Berliner Zeitung und des Berliner Kurier durch Holtzbrinck, der in Berlin bereits den Tagesspiegel besitzt. Auch nach der Weiterveräußerung des Tagesspiegel an den ehemaligen Holtzbrinck-Manager Pierre Gerckens wurde dem Kaufantrag nicht stattgegeben. Wie Holtzbrinck versprechen sich auch andere Großverlage erleichterte Beteiligungs- und Übernahmemöglichkeiten, sollte die Reform der Pressefusionskontrolle wie geplant verabschiedet werden. Bei den Publikumszeitschriften kämpfen die Großverlage derzeit insbesondere untereinander um Marktanteile, wobei erstmals im deutschen Markt im größeren Stil auch der Verkaufspreis der Titel als Instrument eingesetzt wird.

Der Rundfunksektor ist nach dem Verkauf der ProSieben Sat.1 Media AG an den US-amerikanischen Medienunternehmer Haim Saban infolge der Insolvenz des Kirch-Konzerns neu strukturiert. In sicherer Position ist hier die RTL Group als Anbieter sowohl von privaten Fernsehprogrammen als auch von Privatradios und Produktionsunternehmen. Innerhalb des Bertelsmann-Konzerns ist die Gruppe mittlerweile der wichtigste Bereich, der fast ein Viertel des Gesamtumsatzes erwirtschaftet. Holtzbrinck, Burda und Bauer (der Bauer-Konzern war mit seiner Offerte für die ProSieben Sat.1 Media AG nicht zum Zuge gekommen) haben nur marginale Engagements im Rundfunksektor.

Bei der Axel-Springer AG konnte sich Verlegerin Friede Springer nach der Kirch-Insolvenz durch den Kauf von gut 10 Prozent der Kirch-Anteile an Springer die Mehrheit am Konzern sichern. Der Fernsbereich spielt bei Springer nur noch eine untergeordnete Rolle, expandiert wird vor allem im Kerngeschäft Zeitungen.

Die rückläufige Werbekonjunktur trifft die Großverlage unterschiedlich. Im WAZ- und Bauer-Konzern blieben die Umsätze weitgehend stabil, ausgleichend wirkte hier nicht zuletzt das Auslandsgeschäft. Burda kooperiert im Ausland vor

allem mit dem italienischen Rizzoli-Konzern. Die führende Position von Gruner+Jahr, bei dem Bertelsmann mit knapp 75 Prozent beteiligt ist, als umsatzstärkstes Verlagsunternehmen ist in den letzten Jahren ins Wanken geraten, das Hamburger Unternehmen hat etliche Zeitungen verkauft und will sich auf Zeitschriften konzentrieren. Im Mutter-Konzern Bertelsmann hat seit der Trennung von Vorstandschef Thomas Middelhof 2002 eine strategische Neuausrichtung stattgefunden, in deren Verlauf der Einfluss der Eigner-Familie Mohn gewachsen ist. Die einzelnen Konzernbereiche haben sich sehr unterschiedlich entwickelt. Auf den nationalen Markt entfällt noch ein Umsatzanteil von gut 30 Prozent.

Im Juni 2003 hat die amerikanische Medienaufsichtsbehörde FCC weitreichende Änderungen der Bestimmungen zur Konzentrationskontrolle im Medienmarkt verabschiedet. Der Beitrag analysiert deren Bedeutung und ordnet sie in einen größeren gesellschaftlichen Kontext ein. Hinter diesen Neuregelungen, die einen massiven Abbau von Konzentrationsbeschränkungen darstellen, steht die zunehmende Abkehr von der auch in den USA lange Zeit geltenden Vorstellung, dass die Massenmedien, insbesondere der Rundfunk, den Interessen der Allgemeinheit und der Demokratie zu dienen haben. Ursprünglich dominierte die Auffassung, dass wegen dieser besonderen Bedeutung der Medien über einfaches Wettbewerbsrecht hinausgehende Beschränkungen notwendig seien, um Medienkonzentration wirksam einzudämmen. Die Neuregelungen, die vor allem die Freiheit der Medienunternehmer auf ungehinderte Expansion betonen, verkürzen die Forderung nach Meinungsvielfalt im Interesse des Staatsbürgers auf die Wahl der Medienkonsumenten unter verschiedenen Medienangeboten.

Danach ist nunmehr der Mehrfacherwerb von Fernsehsendern in fast allen Märkten erlaubt, Crossownership von Presse, TV und Radio wird deutlich weniger begrenzt, überregionale Konzentrationsbeschränkungen werden weiter gelockert. Als alleinigen Maßstab für Meinungsvielfalt hat die FCC den so genannten „Diversity Index“ entwickelt, der – allerdings mit wesentlichen Modifikationen – dem im Wettbewerbsrecht verwendeten Hirschman-Herfindahl-Index nachempfunden wurde. Im Ergebnis führt dieser neue Maßstab zu wesentlich geringeren Anforderungen an die Medienkonzentrationskontrolle als das einfache Wettbewerbsrecht.

Die Neuregelungen sind allerdings nicht nur innerhalb der FCC selbst umstritten, sie stießen auch auf gesellschaftlichen und politischen Widerstand, während sie von den Medienkonzernen gefordert und begrüßt wurden. Ob und wie weit sie sich durchsetzen werden, ist derzeit unklar. Für die Weiterentwicklung des deutschen und europäischen Medienrechts jedenfalls können sie nach Ansicht der Autoren, anders als die frühere US-Regulierungspraxis, kein Vorbild mehr bilden.

*C. Edwin Baker/
 Friedrich Kübler*
Sicherung der Meinungsvielfalt durch mehr Markt?
 Die rechtspolitische Entwicklung der Medienkonzentrationskontrolle in den Vereinigten Staaten.
 MP 2/2004, S. 81-88

Andreas Brannasch
**ARD-„Sportschau“ –
 Erfolg bei Publikum und
 Werbungtreibenden**
 Eine Zwischenbilanz
 nach der Hinrunde
 der Fußballbundes-
 liga in der Saison
 2003/2004.
 MP 2/2004,
 S. 89-94

Nach elf Jahren Bundesligaberichterstattung in der Sendung „ran“ des Rechteinhabers SAT.1 zeigt seit August 2003 wieder die „Sportschau“ im Ersten Zusammenfassungen der Spiele in der ersten Liga. Die ARD hatte erstmals seit langer Zeit die Erstrechte an den jeweils sieben Samstagspielen und an zwei Live-Spielen pro Saison erwerben können, mit der Option einer Verlängerung des Vertrages bis einschließlich der Spielzeit 2005/2006. Der Erwerb sollte durch Werbung refinanziert werden.

Für die neue „Sportschau“ gab es hohe Zielvorgaben: Durchschnittlich 5,5 Millionen Zuschauer und 20 Prozent Marktanteil sollten erreicht werden – in der letzten Saison hatten bei „ran“ durchschnittlich 4,48 Millionen Menschen zugeschaut. Möglich werden sollte dies durch hohe journalistische Qualität der Berichterstattung, Konzentration auf das Spielgeschehen und den Verzicht auf eine Überfrachtung der Sendung mit Werbung. Die „Halbzeitbilanz“ bestätigt, dass die Zielvorgaben mit durchschnittlich 5,72 Millionen Zuschauern und fast 30 Prozent Marktanteil noch übertroffen wurden. Zugleich konnte dank des großen Publikumserfolgs auch das zweite Ziel, die Refinanzierung der Rechtenkosten durch den Verkauf von Werbezeiten im Umfeld der Sendung, mehr als erfüllt werden.

Umfragen zufolge verbinden die Zuschauer mit der Sportschau Eigenschaften wie „informativ“, „kompetent“, „professionell gemacht“, „zeitgemäß“ oder „unterhaltsam“. Im Urteil der weitaus meisten Seher berichtet die neue „Sportschau“ umfassend über die Bundesligaspiele und konzentriert sich dabei auf das Wesentliche, nämlich Fußball. Diese positive Resonanz zeichnete sich bereits nach den Bildern vom ersten Spieltag ab: Mehr als 80 Prozent einer Gruppe von Befragten, die die erste Sendung der neuen „Sportschau“ gesehen hatten, bewerteten sie mit „gut“ oder „sehr gut“.

Das traditionsreiche britische Rundfunkunternehmen BBC befindet sich in einer der schwersten Krisen seiner Geschichte. Unmittelbarer Auslöser ist die Affäre um den BBC-Reporter Andrew Gilligan, der die britische Regierung im März 2003 wegen angeblich aufgebauschter Berichte über Massenvernichtungswaffen im Irak angegriffen hatte. In einem im Januar 2004 von dem Richter Lord Hutton verfassten Bericht wurden der BBC in diesem Zusammenhang massive Versäumnisse vorgeworfen. Die britische Regierung wurde im Hutton-Bericht im Wesentlichen entlastet. Daraufhin traten sowohl der Generaldirektor als auch der Vorsitzende des Board of Governors der BBC zurück. Der Hutton-Bericht selbst wurde in der britischen Öffentlichkeit als einseitig kritisiert.

Die Gilligan-Affäre ist im Kontext der seit längerem andauernden Spannungen zwischen der BBC und der britischen Regierung über die Irak-Berichterstattung des Senders zu sehen. Die aktuelle Krise wird für die BBC dadurch verschärft, dass sie die Vorbereitungen für die Erneuerung der BBC-Charter im Jahr 2006 zu beeinflussen beginnt. In- und außerhalb der Regierung werden Überlegungen angestellt, die die Gebührenfinanzierung, die Aufsichtsstruktur und den Programmauftrag der BBC in der Zukunft in Frage stellen.

Vernachlässigt wird dabei in der gegenwärtigen Debatte der grundlegende Beitrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zum Funktionieren moderner Demokratien. Zu gering wird der „Wert“ eines nicht dem Markt unterworfenen Rundfunkanbieters eingeschätzt. In der Betrachtung sollte dagegen der Bürger im Zentrum stehen, der ein Recht auf Information und Teilhabe an der öffentlichen Debatte hat. Dieses kann letztlich nicht vom Markt, sondern nur von einem starken öffentlich-rechtlichen Anbieter gewährleistet werden.

Belege für ein Marktversagen bei der Versorgung mit zuverlässiger Information liefern beispielsweise Forschungsergebnisse aus den USA, die gravierende Informationsdefizite bei regelmäßigen Zuschauern des kommerziellen Senders Fox TV konstatierten, der zum Murdoch-Konzern gehört. Die BBC-Berichterstattung zum Irak hat dagegen insgesamt ein vielfältiges Meinungsbild vermittelt. Eine Beschneidung des Programmauftrags oder eine Unterordnung der BBC unter die neue Aufsichtsbehörde Ofcom, die seit Dezember 2003 sowohl für privates Radio und Fernsehen als auch für Telekommunikation und Frequenzverwaltung zuständig ist, wären die falschen Lösungen der gegenwärtigen Krise. Die BBC wird auch in Zukunft für ein breites, qualitativ hochstehendes Programmangebot gebraucht.

Andrew Graham
**Öffentlich-rechtlicher
 Rundfunk in der
 Demokratie**
 Lektionen aus der
 aktuellen Krise der
 BBC.
 MP 2/2004,
 S. 95-101

